

# “仅退款”堵漏洞 “薅羊毛”变难了

淘宝的“仅退款”策略有了变动。淘宝宣布将优化“仅退款”策略，依据新版体验提升商家售后自主权，对优质店铺减少或取消售后干预。相关策略将于8月9日起正式实施。

消息一出，迅速引发热议。

对此，知名经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示，淘宝松绑“仅退款”是为了平衡商家和顾客，让评分较高的商家面对“仅退款”的时候有选择权，松绑一部分信誉好的商家。

从推出到松绑“仅退款”可以看出，在如何提高消费者体验的同时，尽可能保护商家的权益，在二者之间达成巧妙平衡，对包括淘宝在内的主流电商平台来说，至关重要。



## 保障用户权益

### 国内主流平台均推出“仅退款”

去年12月，国内多个主流电商平台开始支持“仅退款”，让这项服务成为行业标配。

淘宝此前的规则显示，卖家差评或者违规情况过多，被消费者投诉，或者卖家未经买家允许，延迟发货、强制发货，系统将支持买家“仅退款”。

抖音在规则中明确，商品好评率低于70%，平台有权对该商品交易订单的售后申请采取支持消费者“仅退款”、退货退款包运费的措施。

京东方面，若商家交付给消费者的商品存在大量劣质、描述不符、包裹异常等问题情况下，平台有权决定是否同意消费者在申请退换货后执行“仅退款”或退货退款，以及交易纠纷环节的“仅退款”或退货退款。

各平台设立“仅退款”的初衷，是承担治理责任，为消费者提供更好的权益保障，倒逼商家提升商品和服务质量。

对于消费者来说，虽然买到的商品不满意，但有退款补偿，这极大降低了购物时的顾虑，也优化了购物体验；对于商家来说，部分低价产品的价格可能还没有运费高，“仅退款”可以降低部分不必要的损失。

然而，随着大量用户的涌入，“仅退款”却逐渐变味，成为了“薅羊毛”的代名词，而随着时间的推移，“薅羊毛”的方式也在变得多种多样。

部分用户恶意“仅退款”，激化商家与消费者矛盾。“仅退款”不断引发争议，不少商家对此抱怨连连。

除了恶意“仅退款”的“羊毛党”和商家之间的不正当竞争外，有些买家过度使用“仅退款”功能，而平台大多优先选择支持消费者。如此一来，商家还要额外承担一笔货品损失的成本。

迫于“仅退款”的压力，商家要么涨价，要么转移到其他销售渠道，要么降低商品质量。

## 满意度在下降

### “仅退款”相关话题多次上热搜

一些消费者与电商卖家的矛盾也被激化，“仅退款”相关话题多次登上热搜。

据报道，因为一件9.9元的短袖被“仅退款”，卖家从义乌追到威海，横跨一千多公里寻找买家。另一消费者网购14双袜子只退回2双，店主从上海驱车至河南登门索货，以顾客赔偿3500元告终。

更直接的法律后果是，买家因为恶意退款可能会被追责。一位买家网购11元衣服后“仅退款”，被卖家起诉，最后经广西壮族自治区贺州市钟山县人民法院调解，最后支付了800元买家维权成本。给那些想“薅羊毛”的人敲响了警钟。

消费者和商家两边，对平台“仅退款”策略的满意度都在逐渐下降。商家困于大量退款、申诉困难，造成高昂成本和经营困难；同时，另一种声音开始在网上发酵：“仅退款”增多造成了商品质量下滑，商家一门心思节约成本，客户体验没那么重要了。

有商家表示：“平台不能一味偏袒买家，应

当创造一个公平的购物环境，尤其是对‘仅退款’。这样卖家的需求得不到保障，也会导致平台购物环境的恶化。”

粗放的“仅退款”策略，升高了商家成本，经过成本传导，给消费者的权益和体验带来了伤害。

## 新法规生效前

### 各平台策略调整方向是“平衡”

9月1日起，国家市场监督管理总局《网络反不正当竞争暂行规定》(以下简称《规定》)将正式开始实施。

《规定》第二十四条提出：平台经营者不得利用服务协议、交易规则等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件。

电商平台既要维护用户权益，又保持商家侧的公平，不让整个电商生态的品质和体验受到损害，最重要的是做到平衡。这样所有人的总体利益是最大的。

《经济日报》指出：完善“仅退款”服务，电商平台应承担更多治理责任，平衡好消费者权益和商家利益。一方面，平台应完善商家申诉处理机制，确保商家的合理利益得到保障；另一方面，平台应加强技术投入和数据分析能力，更加精准地识别和处理恶意“仅退款”行为和不良商家，维护良好交易环境。

## 平台更新规定

### “仅退款”策略转向对商家更公平

淘宝将从8月9日起陆续针对“仅退款”上线一系列调整。根据新规，优质商家不会被平台主动介入要求“仅退款”：

(1)策略上线后，对店铺综合体验分 $\geq 4.8$ 分的商家，平台不会通过旺旺主动介入、支持收货后的“仅退款”，而是鼓励商家先跟消费者协商。

其他分段的商家，平台将依据体验分与行业性质，分别给予不同程度的自主处置权。体验分越高，商家处置权越大。

(2)淘宝优化了“仅退款”申诉环节。商家发起申诉后，平台会请第三方检测机构对商品进行抽检，若检测通过，平台将赔付损失给商家。

(3)平台将升级已收到货的“仅退款”行为识别模型，拒绝有异常行为的消费者提交的“仅退款”诉求。

(4)较高金额的“仅退款”，平台客服会人工审核。

淘宝新规的导向就是“平衡”，包括优质商家不强制“仅退款”、为商家申诉提供质量检测服务、算法识别退款行为异常的用户等。

其他电商平台方面，针对“仅退款”的新举措虽然还没有明确，但从目前透露的信息来看，大方向很可能也是放松“仅退款”规则，给商家和消费者更多自主处置权。

武汉大学经管学院吴先明教授表示，“仅退款”应该是针对一些信誉差的商家、质量差的商品，如今策略的调整，是在回归一种公允价值观。

## 焦点

### 防止“内卷式”恶性竞争

“仅退款”规则始于拼多多，淘宝、京东在2023年12月相继宣布支持该规则，近一年来“仅退款”成为各大电商平台标配。以拼多多平台为例，当消费者向平台申请“仅退款”后，如果商家在48小时内未进行操作，平台系统会默认商家同意退款申请，自动发起退款，消费者也无须退回商品。退款不退货，这一规则原是适用于有明显质量问题的商品，各大电商平台纷纷支持“仅退款”的初衷，亦是快速解决消费者问题、优化消费者购物体验，从而吸引更多用户并提高用户黏性；同时也希望加强电商卖家经营的规范性，实现“良币驱逐劣币”的效果。

然而，今年以来，消费者“仅退款”乱象频发，不少无充分证据的退款请求也能轻易被平台通过，“羊毛党”利用该规则损害正常经营商家的权益，增加了商家的经营成本和压力。在“仅退款”规则之下，商家、平台、消费者三方陷入一种紧张的关系之中；商家苦“仅退款”久矣，平台强制介入处理退款不退货，商家与电商平台对簿公堂的情况时有发生；社交平台上流传着各种版本的买家“薅羊毛”教程和商家维权起诉教程，消费者与商家之间同样剑拔弩张。

## 纵深

### 平台应当承担治理责任

为了让用户获得良好消费体验，当消费者与商家存在争议时，平台一般会满足消费者的“仅退款”诉求。同时，平台在争议解决条款中也会约定，如果系统作出退款决定而卖家需要追回货物的，平台可以不予受理纠纷，由买卖双方自行寻求合法解决途径。

对此，多位专家表示，“仅退款”对平台的审核筛查认定等提出了更高的要求，平台应当发挥更大的作用，更好平衡买卖双方的利益。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示，保护消费者依法享有的退款权，有利于倒逼商家改进服务，进一步尊重和保护消费者知情权、选择权和公平交易权，提振消费信心。但他同时强调，平台应通过大数据等技术加强监测消费者“仅退款”的行为模式及其频率，防止规则被滥用。

有专家建议，平台应对“仅退款”规则的适用范围进行严格明确限定，同时应协助商家解决纠纷，而非轻率地要求商家退款。有关部门也应针对该问题，从政策层面给出明确的指导性意见。

江苏省消费者权益保护委员会认为，平台应当承担起治理责任，一方面，可以事先让商家在上架产品、售后处理时确认是否开启“仅退款”模式；另一方面，应建立商家申诉处理机制，充分吸收商家和消费者意见，平衡双方利益。此外，平台在运用技术手段判断是否使用“仅退款”模式时，也应当综合考虑商家和消费者信用，避免误伤。